

EN BREF

Nouveau site web en ligne

Le site web de BBC présente son nouveau visage : tests nutrition en ligne, recettes, actualités de l'association. Pour consulter le site Bleu-Blanc-Cœur : www.bleu-blanc-coeur.com

Les magasins s'animent de produits Bleu-Blanc-Cœur !

Cet été, l'Hyper U des Herbiers (85) et une dizaine de Monoprix parisiens ont accueilli des animations transversales. Dès Septembre ce sera au tour des Leclerc de Gouesnou (29), Plerin (22), Arçonnay (61), de l'Intermarché Château d'Olonne (85) d'accueillir ces animations.

Jockey de Danone, nouveau produit Bleu-Blanc-Cœur

Toute la gamme de fromages blancs JOCKEY porte le logo Bleu-Blanc-Cœur. Ce produit a été présenté à la presse, et c'est, entre autre, sur France 2, dans Télématin que les téléspectateurs ont pu le découvrir. Goûtez-le, c'est encore meilleur !

Bleu-Blanc-Cœur met de la couleur dans le métro parisien

De grandes affiches Bleu-Blanc-Cœur se sont succédées dans toutes les stations du métro parisien en juin dernier. Une opération séduction qui a porté ses fruits et interpellé les voyageurs, parisiens ou banlieusards, mais aussi les journalistes qui ont fait écho de cette opération de communication « très spéciale » !

Les salons et congrès Bleu-Blanc-Cœur

Après Oléo-Lin et l'ADLF (l'association des diététiciennes de la langue Française), Bleu-Blanc-Cœur expose prochainement :

- 9 au 12 septembre : SPACE (Rennes)
- 26 au 28 Novembre : Journées Francophones de Nutrition (Brest)

La luzerne et le lin prennent la parole

à l'occasion d'une conférence de presse qui se tiendra le mercredi 10 septembre prochain sur le SPACE (Salon des Productions Animales) à Rennes.

Inscription et renseignements : contact@bleu-blanc-coeur.com

Une étude de notoriété Bleu-Blanc-Cœur !

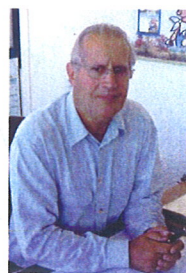
Quatre années après sa première étude de notoriété, Bleu-Blanc-Cœur lance cet été une nouvelle étude avec la SOFRES pour déterminer les résultats de ses actions de communication mais aussi pour mieux appréhender les attentes des consommateurs en matière de discours « nutrition - naturalité - tradition et santé » !

Développement à l'international, présence renforcée en Alsace, développement dans l'Ouest... 2008 est déjà une bonne cuvée pour Bleu-Blanc-Cœur. Ces développements, permis par l'addition de volontés individuelles et complémentaires, font de Bleu-Blanc-Cœur un vecteur de différenciation de plus en plus fort et cohérent aux yeux des consommateurs.

Ainsi, à Malte, Xerry Animal Feed, y puise une différenciation de production pour faire face à la concurrence brésilienne. Sur les marchés de Strasbourg, séduits par le goût du veau et de l'agneau Bleu-Blanc-Cœur, les clients de Christine Morelle ne veulent plus que de ce label. A Basse-Goulaine, la magnifique vitrine Bleu-Blanc-Cœur organisée par le centre Leclerc a dopé les ventes de 30%. A Brive la Gaillarde, les éleveurs dopent la qualité du porc (et donc leurs revenus) grâce à Bleu-Blanc-Cœur... Et si le chemin est encore long, il est largement ouvert.

Objectif : doubler la production avant fin 2009

C'est au cœur du Limousin que Thierry Delliac directeur de Défiporc, la section porc de la coopérative Bevicor (Brive-la-Gaillarde) s'emploie à faire connaître les bienfaits du lin. Une dizaine d'éleveurs de ce groupement – sur 80 adhérents – sont déjà entrés dans la démarche Bleu-Blanc-Cœur qu'il a mise en place et d'autres frappent à la porte. Pourtant Thierry Delliac veut procéder de façon rationnelle. Il souhaite d'abord étendre le marché. Et c'est bien parti. « Nous faisons 30% de croissance par an avec Bleu-Blanc-Cœur. Mon ambition est de développer cette démarche commencée il y a 2 ans et en faire un des piliers commerciaux de notre activité » explique le dirigeant. L'objectif est de doubler d'ici mi-2009, le nombre de porcs labellisés Bleu-Blanc-Cœur, « nous devrions y arriver car il y a de la demande » affirme-t-il.



Bien sûr, le directeur de Défiporc a d'abord été séduit par les arguments de santé avancés par Bleu-Blanc-Cœur mais il a également convaincu ses éleveurs avec deux arguments forts : l'introduction du lin dans la ration alimentaire animale apporte une amélioration des performances zootechniques et les animaux leur sont payés avantageusement. Le surcoût alimentaire est en effet compensé par de meilleurs résultats techniques de l'élevage. Côté consommateurs, la satisfaction est aussi grande. « Le concept leur plaît. Certains ont même dit qu'ils retrouvaient le goût du porc d'il y a un demi-siècle ».

Pour développer Bleu-Blanc-Cœur, Thierry a beaucoup travaillé avec Valosud (réseau régional de Bleu-Blanc-Cœur). Réunions d'éleveurs, de transformateurs, animations dans les boucheries et la GMS, portes ouvertes...

Pour l'instant seule de la viande de porc Bleu-Blanc-Cœur est commercialisée, mais il y aura bientôt des saucisses, des terrines, des jambons... Ce développement se fera en association avec les Etablissements Coulaud de Limoges et Bevicor. Une vraie dynamique est née et Thierry Delliac souligne l'efficacité de l'accompagnement de Bleu-Blanc-Cœur qui « apporte beaucoup sur le développement, notamment grâce à son approche pragmatique ».

Contact : Thierry Delliac : 05 55 31 36 70



La bouchère d'Holtzheim conquise par Bleu-Blanc-Cœur

Le boucher c'est elle ! Et c'est parce qu'elle est passionnée par son métier que Christine Morelle a choisi de travailler avec Bleu-Blanc-Cœur. Souvent récompensée, sa boucherie, la Boucherie Spiesser à l'enseigne « Chez Christine », est en recherche constante de qualité. « C'est d'abord la qualité de la viande qui m'a séduite avant les effets des Oméga 3 sur la santé. Je souhaitais surtout réintroduire de la viande de qualité française sur mes étales. Ce qui m'a conquise dans Bleu-Blanc-Cœur, c'est la traçabilité et quand on voit le produit, il n'y a pas besoin de discours. C'est une viande douce, avec un grain fin. Quand on achète un kilo de viande, à la fin de la cuisson on a toujours un kilo et le goût est incomparable. » On écouterait la jeune femme parler de son métier pendant des heures. Sa boutique est installée en Alsace, dans le petit village d'Holtzheim, mais c'est surtout sur les marchés de Strasbourg et des environs que l'on peut rencontrer Christine. Les clients eux ne la cherchent pas. Ils savent où elle se trouve et guettent les spécialités et les nouvelles recettes qu'elle concocte avec son équipe. « On fabrique tous ensemble et le lendemain on est tous sur les marchés » résume la jeune femme.

C'est en 1994 qu'elle a rejoint l'affaire familiale, brevets de maîtrise et de compagnon (avec mention) de boucher-charcutier en poche. Depuis 2005, elle est seule aux commandes de sa petite équipe de 12 personnes. Son atelier est équipé de matériel moderne, électro-thermique, réfrigérant, etc. Elle a rejoint le réseau Bleu-Blanc-Cœur en 2007 et a commencé à commercialiser des viandes Bleu-Blanc-Cœur. « Nos clients sont conquis. Il n'y a pas besoin de discours. Ils veulent tout en Bleu-Blanc-Cœur » assure la bouchère qui parvient à maintenir les prix en rognant sur d'autres postes.

Contact : Boucherie Spiesser, Christine : 03 88 78 07 79